

КАК УЛУЧШИТЬ ПОКАЗАТЕЛИ РЕЙТИНГА УНИВЕРСИТЕТА С ПОМОЩЬЮ ИНТЕРНЕТА

Владимир Московкин



Пути улучшения представления деятельности ведущих российских университетов в интернет-пространстве по международным показателям.

В настоящее время для России мало иметь сеть ведущих федеральных и исследовательских университетов, надо еще суметь показать их преимущество на глобальном уровне. А это невозможно сделать без англоязычного интернета и социальных сетей в нем. Следует особое внимание обратить на качество университетских сайтов и, особенно, на их англоязычные версии. Интегральным индикатором их качества служат вебометрические рейтинги университетов, которые рассчитываются два раза в год испанской киберметрической лабораторией (лаборатория Cybermetrics).

КАК ОЦЕНИВАЮТ СЕЙЧАС САЙТЫ УНИВЕРСИТЕТОВ

В начале 2015 г. в Cybermetrics было протестировано и ранжировано около 25 тысяч университетов, среди которых 1531 – российские. Интегральный индикатор и, соответственно, общий ранг (место в ранжированном списке) каждого университета складывается из четырех частных индикаторов. Чем крупнее и разветвленное сайт, чем больше его страниц проиндексировано поисковой машиной Google, тем выше значение первого частного индикатора, а также его ранг (индикатор “Presence”). Чем больше на сайт идет внешних ссылок, которые определяются с помощью интернет-машин Majestic SEO и Ahrefs, тем выше значение второго частного индикатора и его ранг (индикатор “Impact”). Чем больше поисковая машина Google Scholar находит на сайте «обогащенных» (“rich”) файлов (pdf, ppt и другого формата) за последний пятилетний период времени, тем выше значение третьего частного индикатора и его ранг (индикатор “Openness”). Чем больше ученые университета

опубликовали «скопусовских» статей, входящих в TOP-10 самых цитируемых статей, тем выше значение четвертого частного индикатора и его ранг (индикатор “Excellence”).

ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ ДЛЯ УЛУЧШЕНИЯ ПОЗИЦИЙ САЙТА?

Для улучшения значений первых двух частных индикаторов вебометрического ранжирования университетов надо активно работать, как мы отмечали выше, над улучшением англоязычных сайтов, состыковывая их с различными социальными и профессиональными сетями. Для этого следует привлекать грамотных студентов-переводчиков и их преподавателей, которые будут редактировать их англоязычные тексты. Переводческую работу студентов следует засчитывать в их учебном процессе, например, в качестве зачета по переводческой практике. Отметим, что англоязычная лента новостей не должна повторять русскоязычную (не все наши новости будут интересны зарубежному читателю), но сами англоязычные новости должны идти ежедневно.

КАК ПРОВЕРИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ?

Чтобы понять, как представлена информация об университете в англоязычном интернете, в расширенном поиске Google можно тестировать различные его англоязычные названия и смотреть количество и содержания откликов на них за последнюю неделю или месяц. Например, при тестировании англоязычных названий НИУ «БелГУ» за последнюю неделю (испытания проводились в конце января и конце марта 2015 г.) мы получили не более 10-15 откликов на каждое название, причем все они шли с доменов этого же университета. В то же время, на название ведущего нашего университета МГУ- Lomonosov Moscow State University идет от 150 до 190 ссылок за неделю, то есть на порядок больше. Для сравнения, на название мирового университетского лидера – Harvard University идет 220–230 ссылок.

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

В настоящее время в мире, при глобальном позиционировании университетов, стали уделять большое внимание тому, как их деятельность представлена в масс-медиа, включая различные интернет-сети. Для мониторинга и оценки такого позиционирования относительно недавно стали вводить специальные метрики, которые называются altmetrics. Учитывая это обстоятельство необходимо создавать англоязычные страницы университетов в Twitter, Facebook, Live Journal, LinkedIn, Google+ и дублировать в них англоязычную новостную ленту. При этом на англоязычных сайтах университетов должны быть опции по запуску новостей в эти сети. Важно отметить, что сеть Google+ напрямую связана с сайтом видеоматериалов YouTube. Сейчас любой студент с хорошего мобильного телефона может сделать видеоматериал с конференции, семинара, публичной лекции и других мероприятий. Особый интерес представляют видеорепортажи из научно-исследовательских лабораторий, в которых сосредоточены сложные приборы и оборудование.

Все вышеописанное будет работать на улучшение значений двух первых частных индикаторов вебометрического ранжирования университетов.

ЭЛЕКТРОННЫЕ БИБЛИОТЕКИ

Значение третьего частного индикатора зависит, исключительно, от наполнения электронных библиотек и архивов научных публикаций университета, а также от качества их программного обеспечения. Необходимо такое программное обеспечение, которое позволит поисковой машине Google Scholar быстро проиндексировать публикации университета. Для этого идеально подходит открытое программное обеспечение, реализованное в институциональных репозиториях открытого доступа, так как такие репозитории и Google Scholar функционируют в рамках одного протокола по сбору метаданных инициативы «Открытые архивы» (PMH OAI).

Например, благодаря такому репозиторию, запущенному на базе открытого программного обеспечения DSpace в 2008 г. и активно пополняемому сотрудниками Научной библиотеки им.

А.Н. Страхова НИУ «БелГУ», этот университет в начале 2015 г. занял высокое 1766-е место в мире и 22-е место в России. Действительно, этот ранг (место в ранжировании университетов) складывается из следующего вектора рангов четырех частных индикаторов (1538, 2756, 1173, 2891). Как видим, ранг третьего частного индикатора значительно выше всех остальных рангов.

Этого высокого ранга удалось достичь благодаря оцифровке около 9 тысяч публикаций НИУ «БелГУ» и размещения их в виде pdf-файлов в электронном архиве (репозитории) открытого доступа университета.

ТОП-10 САМЫХ ЦИТИРУЕМЫХ СТАТЕЙ

Четвертый индикатор в методологии вебометрического ранжирования университетов по сути не является вебометрическим, так как его значения заимствуются из «скопусовской» статистики испанской лаборатории Scimago. Отметим, что ранее он был вебометрическим, так как определялся с помощью поисковой машины Google Scholar. Поэтому идеологически это слабое место испанской методологии вебометрического ранжирования университетов. Понимая это, лаборатория Cybermetrics на своем сайте в разделе “методология” пишет, что в дальнейшем она планирует вернуться к Google Scholar при подсчете значений четвертого частного индикатора.

ВИКИПЕДИЯ

Помимо работ над улучшением англоязычных сайтов, университетский менеджмент должен обратить внимание на работу с местным википедическим сообществом. Сейчас редко встретишь хорошие англоязычные статьи о ведущих российских университетах в Википедии, а чаще всего их вообще нет. В этой работе, так же, как и в представлении деятельности университетов в социальных сетях, будут очень полезны студенты-волонтеры.

Мы уже дожили до того времени, когда наши университеты, как и зарубежные, превратились в шоу-заведения, в которых статус студенческих тусовок и культурно-спортивных мероприятий на порядок выше, чем осмысленное обучение и исследовательская работа. Таким образом, совершенствуя работу сайта вуза, тяготение нашей молодежи к тусовкам, популярности и лидерству в студенческой среде можно направить во благо университету.

В заключение отметим, что мониторинг и оценка вышеуказанной деятельности по улучшению представления университета в интернет-пространстве должны производиться на основе аналитических инструментов Majestic SEO, Ahrefs и Google Analytics, причем вся эта деятельность может быть формализована в рамках Программы по улучшению представления деятельности университета в интернет-пространстве.

Московкин В.М., д.г.н., профессор кафедры мировой экономики, директор Центра наукометрических исследований и развития университетской конкурентоспособности НИУ БелГУ

Подробнее: <http://rosnauka.ru/publication/324>